

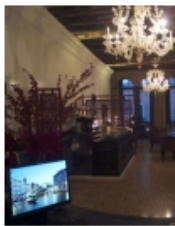


Accedi

Tweet 0

Share

g+1 0



Formule

## E anche la residenza diventa "diffusa"

Lusso e servizi da luxury hotel. Ecco il modello Stones Of Venice, una rete di residenze veneziane diffuse sul territorio accumulate da un standard elevato di servizi e organizzate con una conciergerie generale

*Manuela Soressi*

09 Aprile 2014

### Link correlati

■ Stones of Venice

Parliamo di una rete di strutture ricettive di charme che propone un nuovo modo di vivere Venezia, abbinando le atmosfere tipiche della città lagunare con i comfort di un hotel di lusso. È l'innovativo modello di Stones of Venice, network a cui aderiscono al momento 5 residenze (e altre se ne aggiungeranno a breve, fino ad arrivare a 10), accomunate da uno standard elevato e dalla radicata presenza nel tessuto urbano veneziano. Palazzi antichi e case d'epoca che offrono al massimo 8 tra camere e appartamenti in stile, ciascuno con un proprio posizionamento e una precisa caratterizzazione (legati soprattutto alla location e al sestiere in cui si trovano), ma con in comune un uguale livello di servizio offerto agli ospiti. «Il nostro obiettivo era quello di creare una sorta di albergo diffuso, che mettesse in rete una serie di proprietà private per offrire un modo nuovo di vivere Venezia», spiega Luca Cola, ideatore del progetto insieme ad Alberto Tessiere e Eugenio Scola. Cola è un ex manager alberghiero, ora proprietario di Ca' Gottardi, la residenza veneziana che rappresenta il fulcro del progetto e che funge anche da conciergerie generale per qualsiasi richiesta o esigenza degli ospiti.

### Tasso di occupazione dell'80%

Stones of Venice si propone, dunque, come il brand garante di qualità nell'ospitalità veneziana. Difatti, prima di entrare nel circuito, le strutture sono state ammodernate, sia negli arredi che nel corredo tecnologico, e quindi sottoposte a un upgrading che le ha portate a livello di hotel a 4 e 5 stelle. Investimenti sostenuti dai proprietari privati, che restano indipendenti ma che hanno deciso di condividere la commercializzazione delle camere tramite il sito di Stones of Venice, a cui riconoscono dal 10 al 15% del prezzo delle camere. «Siamo molto soddisfatti dei risultati - spiega Cola -. Nei primi sei mesi di attività abbiamo raggiunto un tasso di occupazione dell'80% e siamo riusciti a mantenere un pricing interessante con una media di 180-190 euro a camera». Ai classici turisti del weekend (che fanno registrare il tutto esaurito con 3 mesi di anticipo), Stones of Venice conta tra i suoi clienti molte aziende che lavorano nel campo della moda e della cosmesi, e che gravitano su Venezia per l'allestimento di mostre o manifestazioni. Un target interessante, che si ferma per periodi medio-lunghi e che apprezza molto il fatto di sentirsi come a casa e di poter usufruire di servizi su misura come la cena in camera.